

**PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN
PEMAHAMAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA**

**(Studi Pada Mahasiswa/i Program Studi Akuntansi FEB Unpas
Angkatan 2021)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Penyusunan Skripsi

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan

Oleh :

Gina Siti Musdalifah

214020126



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PASUNDAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN PEMAHAMAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA

(Studi Pada Mahasiswa/i Prodi Akuntansi FEB Unpas Angkatan 2021)

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi Persyaratan Penyusunan Skripsi

Guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan

Bandung, Januari 2025

Mengetahui,

Pembimbing

Dr. H. Yana Rochdiana H., S.Kom., M.Kom.

Dekan

Ketua Program Studi Akuntansi

Dr.H.Juanim,S.E.,M.Si

Dr.Isye Siti Aisyah, SE., M.Si., Ak., CA.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberi rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Penelitian ini yang berjudul **“PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN PEMAHAMAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA .(Studi kasus pada mahasiswa/i program studi Akuntansi FEB Unpas Angkatan 2021)”**.

penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Program Perkuliahan S1 dalam Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.

Shalawat serta salam peneliti panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah menuntun umat manusia untuk selalu bersyukur atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan-Nya. Semoga beliau selalu menjadi tauladan bagi peneliti, dan bagi seluruh umat manusia yang ada di muka bumi ini.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada keluarga, Bapak Misbachul Hadi dan Ibu saya tercinta Ibu Eti Rohaeti yang selalu mendukung, memberi semangat dan do'a yang tak pernah terputus sehingga penulis mampu menghadapi segala bentuk hambatan yang ada.

Dengan segala hormat peneliti juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. H. Yana Rochdiana H., S.Kom., M.Kom. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan kebaikan hatinya telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berguna dalam penyelesaian penelitian ini. Tak lupa, peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Azhar Affandi, S.E., M.Sc. Selaku Rektor Universitas Pasundan.
2. Dr. H. Juanim, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
3. Dr. Ina Ratnamasih, S.E., M.Si. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
4. Bapak Mochammad Ridwan, S.E., M.Si., Ak. CA. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
5. Ibu Endang Rostiana, S.E., M.T. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
6. Ibu Isye Siti Aisyah, S.E., M.Si., Ak., CA. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
7. Bapak Bingky Aresia Landarica, SE., M.Ak. Selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
8. Dr. H. Yana Rochdiana H., S.Kom., M.Kom. Selaku Dosen Wali.

9. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
10. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada Adik tercinta Aulia, dan nenek tersayang Ibu juju, serta bibi Ibu Reni, dan paman Bapak Mulyadi, Serta ponakan tercinta Rafli dan Zulfan atas dukungannya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Untuk Teh Deza dan Kang Yohannes yang selalu mendukung dan memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis. Semoga penulisan laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi seluruh pihak yang membaca.

Wassalamua'laikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bandung, Januari 2025

Gina Siti Musdalifah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan e-commerce dan pemahaman sistem informasi akuntansi terhadap minat berwirausaha. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui data primer. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa/i Akuntansi angkatan 2021 di Universitas Pasundan Bandung. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 responden. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Outer Model yaitu uji individual item reliability, uji Internal Consistency Reliability, uji Average Variance Extracted (AVE), uji Discriminant Validity. Inner Model yaitu Path Coefficient (β), R² (Coefficient of Determination), t-test, f² (Effect Size), dan Q² (Predictive Relevance). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan pengaruh t-test sebesar 2.494, pemahaman sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dengan pengaruh t-test sebesar 3.465

Kata Kunci : Penggunaan E-Commerce, Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi, dan Minat Berwirausaha.

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence the use of e-commerce and understanding of accounting information systems have on entrepreneurial interest. The research method used is descriptive and verification. Data collection techniques are carried out through primary data. The population in this study were Accounting students of the 2021 intake at Pasundan University, Bandung. The number of samples taken was 50 respondents. The statistical analysis used in this study is the Outer Model, namely the individual item reliability test, the Internal Consistency Reliability test, the Average Variance Extracted (AVE) test, and the Discriminant Validity test. Inner Model, namely Path Coefficient (β), R² (Coefficient of Determination), t-test, f² (Effect Size), and Q² (Predictive Relevance). The results of this study indicate that the use of e-commerce has a positive and significant effect on entrepreneurial interest with a t-test effect of 2,494, understanding of accounting information systems has a positive effect on entrepreneurial interest with a t-test effect of 3,465

Keywords: Use of E-Commerce, Understanding of Accounting Information Systems, and Entrepreneurial Interest.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Lokasi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	11
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 E-Commerce	11
2.1.1.1 Pengertian E-Commerce.....	11
2.1.1.2 Tujuan E-Commerce	12
2.1.1.3 Klasifikasi E-Commerce	13
2.1.1.4 Komponen E-Commerce	15
2.1.1.5 Manfaat E-Commerce	17
2.1.1.6 Indikator E-Commerce	19

2.1.2 Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi.....	20
2.1.2.1 Pengertian pemahaman sistem informasi akuntansi .	20
2.1.2.2 Tujuan Pemahaman sistem informasi akuntansi	22
2.1.2.3 Indikator Pemahaman sistem informasi akuntansi	23
2.1.3 Minat berwirausaha	24
2.1.3.1 Pengertian Minat berwirausaha	24
2.1.3.2 Tujuan Minat Berwirausaha	25
2.1.3.3 Indikator berwirausaha	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.3.1 Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap minat berwirausaha.....	31
2.3.2 Pengaruh pemahaman sistem informasi akuntansi terhadap berwirausaha.....	33
2.4 Kerangka Konseptual	34
2.5 Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Rancangan Model Penelitian.....	35
3.2 Variabel dan Operasional Variabel Penelitian.....	35
3.2.1 Variabel Penelitian	35
3.2.2 .Operasional Variabel Penelitian.....	37
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.3.1 Populasi	44

3.3.2 Sampel	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.5 Metode Analisis Data	46
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	47
3.5.2 Analisis Verifikatif	50
3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.5.3.1 Uji Validitas.....	50
3.5.3.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.5.4 Menggambarkan Konstruk Diagram Jalur.....	53
3.5.5 Uji Hipotesis SEM-PLS	54
3.6 Rancangan Kuesioner	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1.Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.1.1.Sejarah Universitas Pasundan Bandung.....	55
4.1.Visi dan Misi Universitas Pasundan	57
4.2 Deskripsi Responden Penelitian.....	57
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	58
4.2.2 Karakteristik Responden jangka waktu berwirausaha.....	59
4.2.3 platfrom E-commerce.....	60
4.3 Analisis Deskriptif Variabel penelitiamn.....	61
4.3.1 Deskripsi Tanggapan Mengenai Variabel Penggunaan E-commerce.....	61
4.3.2 Deskripsi Tanggapan Mengenai Variabel Pemahaman Sistem Informai akuntansi.....	66

4.3.3 Deskripsi Tanggapan Mengenai Variabel Minat Berwirausaha	70
4.4 Analisis Hasil Penelitian.....	75
4.4.1 Pengujian Kualitas Data Melalui Structural Equation Model (SEM)-PLS.....	75
4.4.2 pengujian Model Pengukuran (Outer model).....	77
4.4.2.1 Pengujian Model Pengukuran Penggunaan E-commerce.....	78
4.4.2.2 Pengujian Model Pengukuran Minat Pemahaman sistem Informasi akuntansi	79
4.4.2.3 Pengujian Model Pengukuran MinaT Berwirausaha	81
4.4.3 Pengujian Model Struktur (Inner Model).....	84
4.4.4.Pengujian Hipotesis.....	86
BAB V PENUTUP.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu.....	27
3.1	Operasional Variabel Penelitian	38
3.2	Kriteria Responden Penggunaan E-commerce.....	49
3.3	Kriteria Responden Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi	49
3.4	Kriteria Responden Minat berwirausaha.....	50
4.1	Tingkat pengisian kuesioner.....	57
4.2	Diistribusi Pernyataan berdasarkan Angkatan	57
4.3	Jenis kelamin Responden	58
4.4	Platfrom E-commerce.....	59
4.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Efisiensi biaya pengeluaran.....	62
4.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Reputasi.....	63
4.7	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Pemasaran.....	64
4.8	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Kemudahan dalam berbisnis...65	
4.9	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Deklaratif.....	66
4.10	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Prosedural Input.....	67
4.11	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Porosedural proses.....	68
4.12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Prosedural Output.....	69
4.13	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Perasaan Tertarik.....	71
4.14	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Perasaan Senang	72
4.15	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Perasaan Perhatian	73
4.16	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Perasaan keterlibatan.....	74

4.17 Rekapitulasi pengujian Kualitas data.....	83
4.18 Hasil Pengujian R-square – Adjusted R-Square.....	85
4.19 Hasil Uji Hipotesis.....	86

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Konseptual	34
4.1	Logo Universitas Pasundan.....	55
4.2	Full Model Struktural Algorithm.....	76
4.3	Full Model Struktural Bootstrapping.....	77

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Permasalahan yang dihadapi mahasiswa di Indonesia dalam berwirausaha sangat kompleks dan berkaitan erat dengan cara berpikir masyarakat. Banyak mahasiswa yang masih terperangkap dalam pandangan tradisional bahwa pendidikan formal harus diikuti dengan pekerjaan tetap. Pandangan ini tidak hanya membatasi kreativitas, tetapi juga berkontribusi terhadap rendahnya semangat wirausaha di kalangan lulusan baru. Menurut Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2024, jumlah wirausaha di Jawa Barat memang mengalami peningkatan. Namun, angka tersebut masih jauh dari target ideal. Hanya sekitar 2,5% dari total populasi di provinsi tersebut yang terlibat dalam kegiatan wirausaha. Dengan jumlah penduduk Jawa Barat yang mencapai sekitar 50 juta jiwa pada tahun 2024, maka hanya sekitar 1,25 juta orang yang berpartisipasi dalam kegiatan kewirausahaan. Angka ini menunjukkan bahwa meskipun ada potensi besar, tingkat partisipasi dalam dunia wirausaha masih terbatas dibandingkan dengan jumlah penduduk yang sangat besar di provinsi ini. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada potensi yang besar, banyak mahasiswa yang merasa kurang percaya diri untuk memulai usaha mereka sendiri akibat keterbatasan keterampilan, akses pada modal, dan dukungan dari lingkungan sekitar. Selain itu, ekspektasi tinggi terhadap penghasilan dan status pekerjaan yang lebih stabil sering kali membuat mereka ragu untuk mengambil risiko dalam berwirausaha.

Selain itu, Fenomena kewirausahaan di kalangan generasi muda semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Banyak mahasiswa menunjukkan minat yang rendah untuk berwirausaha, meskipun mereka memiliki banyak ide kreatif. Salah satu alasan utama adalah pandangan tradisional yang menganggap bahwa sukses berarti mendapatkan pekerjaan tetap di perusahaan besar. Banyak mahasiswa percaya bahwa bekerja sebagai karyawan adalah pilihan yang lebih aman dan berisiko lebih rendah daripada memulai usaha sendiri. Selain itu, kurangnya keterampilan praktis juga menjadi faktor penghambat. Banyak mahasiswa tidak memiliki pengalaman langsung dalam menjalankan bisnis atau tidak tahu cara memanfaatkan teknologi modern, rendahnya tingkat kewirausahaan di kalangan mahasiswa juga dipengaruhi oleh persepsi bahwa menjalankan usaha membutuhkan modal yang besar dan pengetahuan yang mendalam tentang dunia bisnis. Banyak mahasiswa merasa kurang siap untuk menghadapi tantangan yang ada, seperti ketidakpastian pasar, kompetisi yang ketat, dan risiko kegagalan. Hal ini memperburuk rasa ketidakpastian yang mereka rasakan, karena budaya di Indonesia cenderung lebih menekankan pada pekerjaan tetap yang dianggap lebih aman dan stabil (Prabowo & Tarmizi, 2021). Selanjutnya Penyebab lain yang berkontribusi terhadap rendahnya minat wirausaha adalah terbatasnya informasi dan pembelajaran terkait kewirausahaan yang tersedia di tingkat pendidikan tinggi. Menurut penelitian oleh (Putra dan Indriani ,2022), banyak kurikulum perguruan tinggi di Indonesia yang masih terfokus pada persiapan karir di sektor formal dan jarang menyediakan ruang untuk eksplorasi ide bisnis atau inovasi.

walaupun sebagian besar mahasiswa memiliki ide-ide kreatif, mereka sering kali merasa tidak memiliki keterampilan atau pemahaman yang cukup untuk mewujudkannya menjadi sebuah usaha yang nyata. Selain faktor internal mahasiswa, dukungan dari lingkungan sekitar juga sangat penting.

Di beberapa daerah, stigma sosial terhadap wirausaha atau kegagalan dalam bisnis masih cukup kuat, sehingga membuat banyak orang merasa ragu untuk mencoba berwirausaha. Ketakutan akan penilaian negatif dari keluarga, teman, dan masyarakat turut menghambat semangat mahasiswa untuk mengejar jalur kewirausahaan (Wijaya, 2021).

Dalam hal ini, keberadaan mentor dan dukungan dari jaringan sosial yang lebih luas sangat diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa dalam memulai usaha mereka. Secara keseluruhan, meskipun terdapat sejumlah tantangan dan hambatan yang harus dihadapi, potensi kewirausahaan di kalangan mahasiswa Indonesia tetap besar. Jika hambatan-hambatan ini dapat diatasi, maka diharapkan dapat tercipta lebih banyak wirausahawan muda yang inovatif, kreatif, dan mampu beradaptasi dengan perubahan zaman. Sebagaimana disarankan oleh (Suryani, 2021), pengembangan kewirausahaan yang melibatkan aspek pendidikan, pelatihan, dan penciptaan ekosistem bisnis yang mendukung, dapat memacu terbentuknya lebih banyak wirausahawan muda yang sukses..

(Rahayu dan Dayana, 2021) menunjukkan bahwa e-commerce tidak hanya mempermudah akses pasar bagi wirausahawan baru, tetapi juga meningkatkan potensi keuntungan dengan biaya operasional yang lebih rendah. Selain itu menurut (Fikri et al., 2023).

Dari sisi penjual, E- Commerce dapat memberikan peluang untuk setiap orang dalam berbisnis karena mampu menciptakan bisnis pada media sosial dan dunia maya. Kemudian dari sisi pembeli dapat melakukan pembelian dan pemesanan produk secara online selama 24 jam tanpa terbatas jarak maupun jam kerja. Situs e-commerce menawarkan produk bermacam-macam mulai dari perangkat elektronik, gadget, buku, produk fashion, dan lain sebagainya. Seperti halnya e-commerce, dalam menjalankan usaha membutuhkan pemahaman tentang sistem informasi akuntansi dalam mendukung minat berwirausaha (Indahsari & Yuliati, 2022).

.Menurut (Sari dan Prasetyo,2021) Teknologi informasi juga berperan penting dalam dunia usaha, salah satunya melalui penggunaan sistem informasi akuntansi. Sistem ini berfungsi untuk memproses data dan transaksi, sehingga dapat menghasilkan informasi yang berguna untuk merencanakan, mengendalikan, dan mengelola suatu bisnis.

Sistem informasi akuntansi mendukung aktivitas utama perusahaan dengan cara yang efektif dan efisien, mencakup pengolahan transaksi, pemanfaatan teknologi informasi, dan pengembangan sistem informasi. Seorang wirausaha akan lebih mudah mengelola usahanya jika memahami sistem informasi akuntansi, yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan agar usaha yang dijalankan dapat bertahan.

Di tengah ketidakpastian ekonomi, banyak mahasiswa merasa lebih baik memilih jalur karier yang lebih stabil dan terjamin. Mereka khawatir bahwa memulai usaha di tengah kondisi ekonomi yang tidak menentu bisa menjadi risiko yang terlalu besar.

Mereka khawatir bahwa memulai usaha di tengah kondisi ekonomi yang tidak menentu bisa menjadi risiko yang terlalu besar. Hal ini didorong oleh berbagai seminar motivasi, buku-buku inspiratif, dan pemberitaan yang membahas kesuksesan para pelaku usaha, yang mendorong mereka untuk terjun ke dunia bisnis.

Minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pendidikan dan pelatihan, motivasi pribadi, akses terhadap teknologi, serta dukungan lingkungan sosial. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan tentang peluang pasar dan pengalaman praktik cenderung lebih percaya diri untuk memulai usaha. Memilih objek penelitian ini sangat relevan, mengingat konteks akademis dan inovatif di Bandung, serta peran mahasiswa sebagai agen perubahan dalam menghadapi tantangan ekonomi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang potensi kewirausahaan yang dapat berkontribusi pada pengurangan pengangguran dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Annisa Rahma Dewi,2024) dengan judul "Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha," yang menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Ahmad,2022)

dengan judul "Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro."

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-commerce memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada waktu penelitian dan unit analisis. penelitian ini menambahkan satu variabel dan melakukan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan, Bandung. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan **judul “PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN PEMAHAMAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Penggunaan *E-commerce* pada mahasiswa/i program studi Akuntansi FEB Unpas.
2. Bagaimana Penggunaan Sistem informasi akuntansi pada mahasiswa/i program studi Akuntansi FEB Unpas.
3. Bagaimana pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa/i program studi Akuntansi FEB Unpas.
4. Seberapa besar pengaruh *E-commerce* terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa/i program studi Akuntansi FEB Unpas.
5. Seberapa besar pengaruh Penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa/i Program studi Akuntansi FEB Unpas

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini secara umum memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Penggunaan *E-commerce* pada mahasiswa/i Program studi Akuntansi FEB Unpas.
2. Untuk mengetahui pemahaman Sistem informasi akuntansi pada mahasiswa/i Program studi Akuntansi FEB unpas.
3. Untuk mengetahui sejauh mana Minat Berwirausaha pada mahasiswa/i program studi Akuntansi FEB Unpas
4. Untuk Mengetahui Seberapa pengaruh Penggunaan *E-commerce* terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa/i program studi Akuntansi FEB Unpas.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemahaman sistem informasi akuntansi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa/i Akuntansi FEB Unpas.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoris

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang Sistem informasi akuntansi yang berkaitan dengan

variable Pengaruh penggunaan E-commerce dan pemahaman sistem informasi akuntansi untuk minat berwirausaha.

2. Kegunaan Praktis

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai pengaruh e-commerce dan sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha, memperkaya literatur yang ada. Hasil penelitian dapat menjadi data empiris yang berguna untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian di bidang kewirausahaan dan teknologi.

b) Bagi Universitas

Universitas dapat memanfaatkan hasil penelitian untuk menyediakan sumber daya dan fasilitas yang mendukung pembelajaran tentang e-commerce dan sistem informasi akuntansi .

c) Bagi pihak lain

Hasil penelitian dapat memberikan panduan bagi praktisi dalam memanfaatkan e-commerce dan sistem informasi akuntansi untuk meningkatkan keputusan bisnis mereka. Temuan penelitian dapat membantu pemerintah dalam merancang program dan kebijakan yang mendukung.

1.5 Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas pasundan ,Tamansari Bandung.Waktu penelitian dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya izin penelitian hingga selesai.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Penggunaan *E-Commerce*

2.1.1.1. Pengertian *E-Commerce*

E-commerce yang merupakan kepanjangan dari *Electronic Commerce* menurut (Firmansyah,2020) adalah suatu proses interaksi antara penjual dan pembeli dalam pertukaran barang dan jasa dimana proses nya dilakukan secara elektronik dengan menggunakan perangkat komputer untuk melakukan pemasaran maupun dalam bertransaksi.

Menurut (Harmayani et al,2020) e-commerce merupakan aktivitas distribusi, penjualan, pemasaran, serta pembelian produk atau layanan yang dilakukan melalui media elektronik seperti jaringan komputer, televisi, situs web www,dan berbagai jaringan internet lainnya. Aktivitas ini juga mencakup proses transfer dana secara elektronik, otomatisasi sistem manajemen persediaan, pertukaran data digital, serta sistem pengumpulan data yang terintegrasi.

Sementara itu, (Manik & Usman ,2024) menjelaskan bahwa e-commerce merupakan bagian dari aktivitas bisnis yang secara langsung memengaruhi sistem informasi akuntansi dalam suatu usaha. Hal ini disebabkan karena transaksi keuangan seperti penjualan dan pembelian yang menjadi tahap awal dalam siklus akuntansi, kini dilakukan secara digital melalui sistem elektronik. Proses ini pada akhirnya akan berdampak pada cara informasi akuntansi diproses dan dikelola. terjadi seperti transaksi penjualan dan transaksi pembelian dilakukan melalui sistem elektronik, dan hal ini akan berdampak pada pemrosesan

transaksi tersebut hingga menjadi laporan keuangan yang akan dikomunikasikan kepada pemakai.”

(Firmansyah,2020) mengklasifikasikan *e-commerce* dalam beberapa perspektif yaitu :

1. Perspektif Komunikasi, *e-commerce* merupakan pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan computer atau sarana elektronik lainnya.
2. Perspektif Proses Bisnis, *e-commerce* merupakan sebuah aplikasi yang tercipta dari teknologi yang memiliki ciri otomisasi transaksi bisnis dan proses kerja perusahaan.
3. Perspektif Layanan, *e-commerce* salah satu sarana yang dapat memenuhi kebutuhan perusahaan maupun konsumen dengan memangkas biaya servis dalam meningkatkan kualitas barang dan kualitas pelayanan.
4. Perspektif Online, *e-commerce* merupakan wadah aktivitas jual beli produk dan informasi yang ada di internet maupun jasa yang dilakukan secara online.

2.1.1.2. Tujuan E-Commerce

Menurut (Abdullah & Sari ,2018) terdapat kesamaan definisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai kalangan, kesamaan tersebut menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki karekteristik:

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak.
2. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi.
3. Internet, intranet, dan ekstranet merupakan media transaksi utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

2.1.1.3. Klasifikasi *E-commerce*

Laudon & Traver (2017:22-27) mengklasifikasikan *e-commerce* menjadi enam jenis model, yaitu:

1. *Business To Consumer (B2C): e-commerce*, merupakan jenis *e-commerce* yang sering dibahas, karena bisnis *online* jenis ini menjangkau konsumen/pembeli individual. Jenis ini mencakup pembelian barang ritel, *travel*, konten *online* dan jenis layanan lainnya. Misalnya perusahaan Shoppe yang menerapkan B2B. *E-commerce* yang penjualnya merupakan perusahaan, dan pembelinya adalah seseorang merupakan mekanisme toko *on-line (electronic shopping mall)*, yakni transaksi antara *e-merchant* dengan konsumen dan sifatnya terbuka untuk umum, sehingga setiap individu dapat mengaksesnya melalui suatu web server.
2. *Business To Business (B2B)*: Merupakan sebuah sistem komunikasi bisnis berbasis *online* antar pelaku bisnis. *E-commerce* penjual dan pembelinya adalah organisasi/perusahaan pada umumnya transaksi dilakukan oleh trading partners yang sudah saling kenal dengan format data yang telah disepakati bersama. Terdapat dua model bisnis utama yang digunakan dalam B2B *e-commerce*: (1) *net marketplace*, yang meliputi *e-distributor*, perusahaan *e-procurement*, bursa, dan konsorsium industri, dan (2) jaringan industri swasta.
3. *Consumer To Consumer (C2C)*: Merupakan jenis yang menyediakan media transaksi dimana seorang konsumen menjual langsung ke konsumen lainnya.
4. *Mobile Commerce*: memungkinkan penggunaan *E-Commerce* tanpa kabel, seperti mengakses internet melalui handphone, PDA, dll. Pada dasarnya, M-

Commerce ini merupakan gabungan dari *e-commerce* dan *mobile computing*.

Contoh : layanan mobile banking.

5. *Social e-commerce*: menggunakan jejaring sosial serta social media. Contohnya seperti instagram, X, facebook, tiktok-shop. *Social e-commerce* sering dihubungkan dengan *mobile e-commerce* karena semakin banyak pengguna jaringan sosial mengakses jaringan tersebut melalui perangkat mobile sebagai media berinteraksi antara penjual dan konsumen.
6. *Local e-commerce*: merupakan bentuk e-commerce yang berfokus untuk melibatkan konsumen berdasarkan lokasi geografis saat ini. Pedagang local menggunakan berbagai teknik pemasaran online untuk mendorong konsumen ke toko mereka. *Local e-commerce* adalah perpaduan dari *m-commerce*, *social e-commerce*, dan *local e-commerce* yang didorong oleh banyaknya minat terhadap layanan *on-demand* lokal seperti Uber, dan GOJEK. (Eni Mariska Mawadah, 2020)

Situs web *e-commerce* telah berkembang dalam dunia digital. Saat ini situs web *e-commerce* banyak bermunculan di seluruh dunia termasuk Indonesia, berikut adalah model-model *e-commerce* yang ada di Indonesia:

- a. Iklan baris, merupakan jenis *e-commerce* ini yaitu dimana penjual dan pembeli dalam transaksi tidak bisa dilakukan didalam web tersebut, tetapi harus berkomunikasi secara langsung untuk melakukan suatu transaksi. Contoh dari iklan baris yaitu: FJB Kaskus, OLX.co.id, berniaga dll.
- b. Ritel atau , merupakan jenis e-commerce dimana proses penjualan dan pembelian yang sistemnya yang sudah ditetapkan oleh situs yang

bersangkutan. Jual beli di retail lebih aman. Namun, pilihan produk tidak terlalu beragam. Karena hanya menyediakan satu atau dua produk. Contoh dari retail yaitu :Zalora, Berry Benka dll c)

- c. *Marketplace*, merupakan jenis *e-commerce* yang dianggap sebagai mall online. Yang dapat berjualan bukan penyedia *website* melainkan orang yang mendaftar untuk dapat berjualan di *market place* tersebut. *Market place* menjamin keamanan dimana transaksi terjadi dengan sistem pembayaran rekening bersama. Dalam hal ini, *market place* menjadi pihak ketiga yang akan menerima pembayaran hingga produk dikirimkan oleh penjual. Setelah pengiriman berhasil, uang pembayaran akan dikirimkan kepada penjual. (Firmansyah, 2020)

Dari berbagai pemaparan teori dari para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah sebuah aktivitas bisnis penjualan maupun pembelian barang dan jasa antara penjual dan pembeli dengan transaksi yang didukung dengan adanya internet untuk melakukan transaksi tanpa ada batasan.

2.1.1.4. Komponen dalam *E-commerce*

Sejala Menurut (Laudon dan Traver,2021) dalam buku mereka yang berjudul *E-commerce: Business, Technology, Society 2021*. Penelitian ini mencakup berbagai dimensi *e-commerce*, termasuk:

1. Akses Pasar Global: Penelitian ini menunjukkan bagaimana *e-commerce* memungkinkan bisnis kecil untuk bersaing di pasar internasional tanpa perlu investasi besar pada infrastruktur fisik.\
2. Pengurangan Biaya Operasional: Laudon dan Traver menjelaskan bahwa *e-commerce* dapat mengurangi biaya terkait dengan penyewaan ruang fisik, serta biaya tenaga kerja.

3. **Pengalaman Pelanggan yang Ditingkatkan:** Penelitian ini juga membahas bagaimana platform e-commerce memungkinkan personalisasi pengalaman pelanggan melalui analisis data dan rekomendasi produk, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
4. **Kemudahan dan Kecepatan Transaksi:** Mereka mencatat bahwa e-commerce memberikan kenyamanan dalam berbelanja, memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, yang berujung pada peningkatan volume penjualan.
5. **Inovasi dalam Pemasaran dan Analitik:** Penelitian ini mencakup bagaimana e-commerce memanfaatkan alat pemasaran digital yang canggih, termasuk SEO dan analitik web, untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif. elanggan, memberikan layanan yang lebih relevan dan menarik.
6. **Kemudahan dan Kecepatan Transaksi**
E-commerce memberikan kenyamanan dalam berbelanja, memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Kemudahan akses ini berkontribusi pada peningkatan volume penjualan, karena pelanggan tidak terbatas oleh waktu dan lokasi fisik. Proses checkout yang cepat dan efisien juga mendorong pembelian impulsif dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, kemudahan ini menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan, di mana pelanggan dapat dengan mudah membandingkan produk, membaca ulasan, dan membuat keputusan pembelian tanpa tekanan waktu yang sering dialami di toko fisik. Dengan demikian, e-commerce tidak hanya meningkatkan efektivitas transaksi tetapi juga memperkuat hubungan antara pelanggan dan merek, menghasilkan loyalitas yang lebih tinggi.

2.1.1.5. Manfaat Menggunakan *E-commerce*

E-commerce dalam penggunaannya memiliki beragam manfaat yaitu diantaranya dapat memangkas biaya dalam proses pertukaran barang dan jasa serta memberikan kepuasan pada konsumen karena konsumen akan mendapat barang berkualitas dengan kecepatan yang tersedia. Proses yang cepat ini tentu akan meningkatkan pendapatan, karena transaksi bisa dilakukan secara online. *E-commerce* memungkinkan untuk dapat melakukan transaksi dengan biaya yang rendah tanpa harus melalui proses yang memakan banyak waktu. Dalam hal ini, pembeli dapat mengakses situs internet untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Begitupun dengan penjual yang dapat mengiklankan produknya lewat internet (Harmayani et al., 2020).

Salah satu fungsi pemanfaatan *e-commerce* adalah adanya efisiensi terhadap dunia usaha baik secara *materil* (biaya) maupun *non materil* (tenaga dan waktu). Terhadap pelanggan dapat dimanfaatkan sebagai alat strategi dalam menghadapi competitor/pesaing yang sangat tajam dalam dunia bisnis. Peranan *e-commerce* diharapkan dapat dimanfaatkan untuk menghadapi dunia bisnis yang penuh persaingan. Penggunaan *e-commerce* merupakan salah satu implementasi. Salah satu fungsi pemanfaatan *e-commerce* adalah efisiensi yang dihasilkan dalam dunia usaha, baik dari segi material (biaya) maupun non-material (tenaga dan waktu). Dengan *e-commerce*, perusahaan dapat mengurangi biaya operasional, seperti sewa toko fisik dan tenaga kerja, sekaligus mempercepat proses transaksi dan pengiriman. Untuk pelanggan, *e-commerce* berfungsi sebagai alat strategis untuk bersaing dengan pesaing yang semakin tajam dalam dunia bisnis.

teknologi memasarkan produk dan jasa ke berbagai segmen baik fisik maupun digital (Alwendi, 2020).

Dari sudut pandang berbisnis, *e-commerce* memiliki beragam manfaat.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh adalah diantaranya:

1. Memberikan harga yang kompetitif
2. Memberikan layanan pembelian
3. Memberikan informasi barang dan responsif dan ramah
4. Memberikan banyak bonus seperti kupon, voucher, diskon dll
5. Memberikan perhatian khusus seperti proposal pembelian
6. Memberikan rasa kenyamanan dalam berdiskusi, umpan balik antara pelanggan dan penjual dll
7. Memfasilitasi kegiatan perdagangan antara penjual dan pembeli sehingga proses jual beli lebih mudah.

Manfaat lainnya dari penggunaan *e-commerce* bagi pelaku bisnis dan konsumen adalah:

1. Manfaat bagi pelaku bisnis
 - a. Kemudahan dalam melakukan aktivitas jual beli.
 - b. Memangkas biaya pemasaran karena tidak perlu menyewa toko.
 - c. Memberikan kemudahan dalam melakukan komunikasi dengan konsumen.
 - d. Dapat menjangkau target market yang lebih luas lagi.
 - e. Menyebarkan informasi dengan mudah dan cepat.
 - f. Proses pembayaran cepat dan mudah.
2. Manfaat bagi konsumen

- a. Konsumen dapat berbelanja selama 24 jam sehingga memudahkan untuk mendapatkan barang yang diinginkan
- b. Konsumen dapat melihat pilihan produk yang beragam dengan kualitas yang terbaik namun dengan harga yang sesuai
- c. Konsumen dapat membeli produk ataupun jasa dengan biaya yang lebih murah setelah melakukan berbagai perbandingan dengan e-commerce lainnya. (Firmansyah, 2020)

2.1.1.6. Indikator *E-commerce*

Menurut (Prasetyo, 2021) ada beberapa indikator yang mempengaruhi keberhasilan e-commerce yaitu:

1. Efisiensi Biaya Pengeluaran (Cost Leadership)

Cost Leadership yakni strategi perusahaan dengan meminimalkan biaya. Pengukuran efisiensi dapat dilakukan dengan membandingkan antara rencana dan realisasinya.

2. Reputasi (Reputation) Kepercayaan konsumen mengenai integritas dan pelayanan didapat karena interaksi antar produsen dan konsumen sebelumnya, maka dari itu reputasi sangat membantu dalam pengembangan usaha.

3. Pemasaran (Market)

Pemasaran merupakan salah satu hal yang paling penting yang dilakukan oleh perusahaan dalam pengembangan usaha dan keberlangsungan usaha tersebut.

4. Kemudahan Dalam Berbisnis Online (Business Entry)

Kemudahan dalam bertransaksi berdampak dari perilaku, yakni

semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan dalam penggunaan sistem, maka dalam pemanfaatan teknologi informasi juga akan meningkat.

2.1.2. Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi

2.1.2.1. Pengertian pemahaman Sistem Informasi Akuntansi

Penggunaan Informasi yang berkualitas dihasilkan melalui sistem informasi, salah satunya sistem informasi akuntansi (SIA) (Lovita & Susanty, 2021).

(Menurut Manik & Usman,2024) Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan suatu sistem terpadu yang menyatukan elemen teknologi informasi dan prinsip-prinsip akuntansi guna mengelola, memproses, serta menyajikan informasi keuangan suatu organisasi. SIA berperan dalam pencatatan transaksi keuangan, pembuatan laporan keuangan, dan penyediaan data yang dibutuhkan untuk mendukung proses pengambilan keputusan. Sistem ini meliputi seluruh tahapan, mulai dari pengumpulan data keuangan hingga pengolahannya menjadi informasi yang bermanfaat bagi pihak manajemen.

Menurut Marina et al. (2017:32)

“sistem informasi akuntansi (SIA) merujuk pada penerapan teknologi informasi untuk mengumpulkan, menyimpan, dan mengelola data keuangan serta informasi akuntansi dalam suatu organisasi. SIA membantu dalam proses pengambilan keputusan, pelaporan keuangan, dan pengendalian internal dengan menyediakan informasi yang akurat dan tepat waktu.”

Dari pemaparan diatas Sistem Informasi Akuntansi dapat didefinisikan sebagai suatu sistem pencatatan dan pengumpulan data yang dilakukan dan digunakan oleh suatu perusahaan, untuk mencatat aktivitas seperti tagihan, pemesanan, penagihan, pembelian yang dilakukan untuk membentuk suatu laporan yang menjadi informasi. Informasi tersebut sebagai alat perusahaan untuk memutuskan suatu keputusan perusahaan.

Sistem informasi akuntansi memiliki tiga fungsi yang paling utama yaitu :

1. Mengumpulkan dan menyimpan data aktivitas organisasi, sumber daya yang dipengaruhi oleh aktivitas tersebut, dan pelaku-pelaku yang terlibat di dalamnya.
2. Mengubah data menjadi informasi yang berguna bagi manajemen untuk membuat keputusan terkait dengan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan.
3. Menyediakan sistem pengendalian yang berguna bagi manajemen untuk membuat keputusan terkait dengan perencanaan, pelaksanaan
Menyediakan Informasi untuk Pelaporan: Fungsi
4. keempat adalah menyediakan informasi yang diperlukan untuk pelaporan keuangan dan manajerial. Sistem ini menghasilkan laporan yang sesuai dengan standar akuntansi dan regulasi yang berlaku, seperti laporan laba rugi, neraca, dan laporan arus keuangan.

2.1.2.2. Tujuan Sistem Informasi Akuntansi

Penggunaan sistem informasi akuntansi memiliki tujuan dalam pengolahan data akuntansi yang menjadi sumber informasi akuntansi yang diperlukan oleh pengguna eksternal dan internal, informasi yang dihasilkan sistem informasi akuntansi akan digunakan untuk pengambilan keputusan dalam sebuah perusahaan untuk memperbaiki resiko atau mempertahankan kualitas perusahaan tersebut (Yuswita, 2022).

Tujuan penggunaan Sistem Informasi akuntansi yakni:

Berikut adalah uraian manfaat penggunaan sistem informasi akuntansi bagi

Perusahaan menurut (Mardia, 2021) yaitu:

1. Menyediakan atau menyajikan informasi yang akurat dan tepat .waktu sehingga perusahaan dapat melakukan aktivitas utama pada value chain secara efektif dan efisien.
2. Meningkatkan kualitas dan mengurangi biaya produksi produk atau jasa yang dihasilkan.
3. Meningkatkan efisiensi kinerja bisnis, baik itu pada bagian keuangan dan bagian lainnya
4. Meningkatkan kemampuan dalam pengambilan keputusan.
5. Meningkatkan sharing knowledge.

Dari beberapa tujuan dan manfaat diatas dapat disimpulkan bahwa sistem informasi akuntansi dalam dunia usaha atau bisnis sangat amat dibutuhkan dan memiliki banyak manfaat yang diberikan untuk bisnis atau usaha yang sedang dijalankan.

2.1.2.3. Indikator Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi

Pemahaman sistem informasi akuntansi diukur menggunakan indikator yang diadopsi dari penelitian (Helmiyati et al,2020) indikator sistem informasi akuntansi menggunakan dua dimensi pengukuran yang biasanya digunakan dalam kajian audit, seperti:

1. Pemahaman Deklaratif merupakan pengetahuan tentang fakta-fakta dan berdasarkan konsep, contohnya kas adalah bagian dari current assets; pengetahuan ini memudahkan dalam analisis rasio.
2. Pemahaman Prosedural, merupakan pengetahuan yang konsisten dengan aturan-aturan atau standat akuntansi yang berlaku, biasanya tergantung pada pengetahuan.
 - a) Input (Masukan) data-data transaksi.
 - b) Proses Sistematis pada proses akuntansi (mengidentifikasi, mencatat, dan mengkomunikasikan kejadian ekonomi di sebuah perusahaan.
 - c) Output (Keluaran) informasi laporan keuangan.

2.1.3 Minat berwirausaha

2.1.3.1 Minat berwirausaha

Minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan untuk menjadi seorang wirausaha yang bersedia untuk bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan usahanya. Minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir tetapi tumbuh berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi.

(Menurut Dinar,2020)

“Minat berwirausaha dianggap sebagai suatu ketertarikan, adanya muncul keinginan, adanya kesediaan yang bertujuan untuk melakukan sebuah kerja keras agar dapat memenuhi kebutuhan hidup tanpa mempunyai rasa takut terhadap risiko yang ada di depan untuk dihadapinya, dan juga dalam hal ini penuh senantiasa akan melakukan kegiatan belajar dari adanya kegagalan yang diperolehnya.”

(Menurut Wulandari,2013) Minat wirausaha adalah gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya.

Menurut Mardikaningsih & Putra (2021), Minat berwirausaha dilihat sebagai niat untuk menciptakan suatu organisasi atau usaha baru atau sebagai pelaku yang berani mengambil resiko untuk memulai suatu bisnis baru. Minat berwirausaha merupakan kesediaan untuk bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan bisnis mereka, kemauan menanggung berbagai resiko yang berkaitan dengan usaha mereka, dan sasaran baru. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha adalah suatu keinginan individu/seseorang untuk melakukan kegiatan bisnis/usaha secara totalitas dengan segala potensi yang dimilikinya dan berani menanggung berbagai resiko pada usaha tersebut.

2.1.3.2 Tujuan wirausaha

Seorang wirausaha harus memiliki tujuan yang jelas, spesifik,realistis, dan paling penting tujuan tersebut dapat dicapai. Adapun tujuan kewirausahaan Menurut,(Hamdani Syamsul Rizal , 2019),antara lain :

1. Meningkatkan kecakapan dan keterampilan seorang pemula dalam berwirausaha khususnya memiliki sense of businesssehingga akan terlahir wirausahawan muda yang energik dan potensial.
2. Menumbuhkan minat wirausaha dikalangan pemuda yang berlatar belakang pendidikan tinggi.
3. Mengembangkan kewirausahaan yang berlandaskan ilmu pengetahuan dan teknologi.
4. Membiasakan seorang wirausahawan untuk berpikir bisnis dan berani menjadikan wirausaha sebagai pilihan masa depannya.
5. Meningkatkan jumlah wirausahawan yang berkualitas.
6. Mewujudkan kemampuan dan keahlian wirausahawan untuk kemajuan,kesejahteraan,harkat dan martabat bagi dirinya, keluarga dan masyarakat.
7. Membudayakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan dikalangan pemuda yang unggul dan bisa diandalkan.

Selanjutnya, adapun manfaat berwirausaha antara lain

1. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib Sendiri.
2. Memberi peluang melakukan perubahan.
3. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya.
4. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan seoptimal Mungkin .

2.1.3.3 Indikator Minat berwirausaha

Minat Berwirausaha diukur menggunakan indikator yang diadopsi dari penelitian (Marlina et al,2023)Indikator Minat berwirausaha sebagai berikut:

1. Perasaan tertarik adalah sesuatu berupa motif sosial yang membangkitkan atau daya gerak yang mendorong melakukan suatu aktifitas tertentu merasa tertarik untuk berwirausaha atau bisa berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan berwirausaha itu sendiri. Ketertarikan seseorang terhadap berbagai informasi bisnis yang diperoleh akan mendorong minat seseorang kemudian mempraktikkan ilmu bisnisnya menjadi suatu usaha.
2. Perasaan senang mempunyai rasa senang dan berminat untuk berwirausaha akan lebih bergairah dan tekun dalam mengikuti kegiatan praktik dan teori, sehingga dalam dirinya timbul rasa ingin dan kemauan untuk menguasainya.
3. Perhatian adalah suatu konsentrasi atau aktifitas jiwa terhadap pengamatan dan pengertian. Seseorang yang memiliki minat pada kegiatan usaha tertentu dengan perhatian akan menumbuhkan rasa ingin berwirausaha. Seseorang yang memiliki minat pada dunia wirausaha, dengan sendirinya akan memfokuskan perhatiannya pada aktifitas usaha.
4. Keterlibatan merupakan suatu usaha untuk mengerjakan kegiatan usaha dan mampu memahami hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan kewirausahaan dan selalu afektif dan berkeinginan untuk berwirausaha dan selalu mengikuti perkembangan dalam bidang kewirausahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penerapan sebuah informasi akuntansi yang ditunjang oleh sistem yang dirancang tepat selain untuk memperoleh pekerjaan dan diharapkan dapat memberikan informasi yang handal. Berikut ini disajikan beberapa rangkuman mengenai penelitian terdahulu yang digunakan sebagai perbandingan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Michael Jonatan Sihombing dan Hari Sulistyio Judul: Pengaruh Pengaruh <i>E-commerce</i> dan penggunaan sistem informasi Akuntansi terhadap pengambilan keputusan Berwirausaha Universitas singaperbangsa karawang.	Variable Independen: <i>E-Commerce</i> , Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi. Variable Dependen: Pengambilan keputusan berwirausaha	Hasil penelitian Menunjukkan <i>e-commerce</i> dan sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha dan <i>e-commerce</i> dapat memengaruhi pengambilan keputusan berwirausaha .
2.	Delis Handayani, Oman Rusmana, dan Warsidi Warsidi (2023) Judul: Pengaruh Perkembangan <i>E-</i>	Variable Independen: Perkembangan <i>E-Commerce</i> , Modal Usaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Variable Dependen: Pengambilan Keputusan Berwirausaha	Perkembangan <i>e-commerce</i> , Modal usaha, dan penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan .

No	Penelitian	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
3.	<p>Titania Indah Sari dan Anik Yuliati, (2022)</p> <p>Pengaruh E-commerce dan Mata Kuliah Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Masa Pandemi Covid-19.</p>	<p>Variable Independen: pengaruh e-commerce dan penggunaan sistem informasi Akuntansi</p> <p>Variable Dependen: Pengambilan Keputusan Berwirausaha masa pandemi covid-19</p>	<p>Hasil ini membuktikan bahwa dengan kehadiran e-commerce dan mata kuliah sistem informasi akuntansi dapat menumbuhkanminat mahasiswa untuk berwirausaha di masa pandemi Covid-19 sebagai alternatif untuk bisa survive dimasa pandemi.</p>
4.	<p>Siti Rapika</p> <p>Pengaruh E-commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha.</p>	<p>Variable Independen: Pengaruh <i>E-Commerce</i> dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi,</p> <p>Variable Dependen: Pengambilan keputusan Berwirausaha</p>	<p>Hasil uji hipotesis secara persial (t-test) e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.</p> <p>Hasil uji hipotesis simultan (Uji F) berdasarkan nilai (R²) sebesar 0,293 atau 29,3% membuktikan bahwa variabel e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.</p>

No	Penelitian	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
5	<p>Muhammad Taufiq dan Indrayeni (2022)</p> <p>Judul: Pengaruh <i>E-Commerce</i>, <i>Self Efficacy</i>, dan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha</p>	<p>Variable Independen: Pengaruh <i>E-Commerce</i>, <i>Self Efficacy</i>, Sistem Informasi Akuntansi</p> <p>Variable Dependen: Pengambilan Keputusan Berwirausaha</p>	e-commerce tidak pengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha, sedangkan self-efficacy dan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha.
6	<p>Lydia Kurniawan, Lilis Anggraeni, Pandu Hayanto, dan Adji Suratman (2022)</p> <p>Judul: Pengaruh Penggunaan <i>E-Commerce</i>, Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha ditengah Pandemi Covid-19</p>	<p>Variable Independen: Penggunaan <i>E-Commerce</i>, Sistem Informasi Akuntansi</p> <p>Variable Dependen: Pengambilan Keputusan Berwirausaha</p>	E-commerce, Sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha ditengah pandemi covid-19. Secara simultan penelitian e-commerce dan sistem informasi akuntansi keduanya berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha ditengah pandemi covid-19
7	<p>Eva Yuswita (2022)</p> <p>Judul: Pengaruh Pemahaman <i>E-Commerce</i> dan Sistem Informasi Akuntansi Serta Motivasi Berwirausaha sebagai Variable Intervening Terhadap</p>	<p>Variable Independen: Pemahaman <i>E-Commerce</i>, Sistem Informasi Akuntansi, Motivasi Berwirausaha</p>	Pemahaman e-commerce, Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha. Pemahaman e-commerce dan pemahaman Sistem

No	Penelitian	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
8.	<p>Dwi Erna Yuliani, Risca Azmiana.</p> <p>Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha</p>	<p>Variabel Independen: Penggunaan E-Commerce, Sistem Informasi Akuntansi</p> <p>Variable Dependen: Pengambilan Keputusan Berwirausaha</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce dan sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha nformasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha melalui motivasi berwirausaha.</p>
9.	<p>Wulandari, Maslichah, Dwiyani Sudaryanti.</p> <p>Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi pada Pengambilan Keputusan dalam Berwirausaha.</p>	<p>Variable Independen: Pengaruh E-Commerce dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi</p> <p>Variable Dependen: Pengambilan keputusan berwirausaha.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan secara simultan Terhadap Pengambilan keputusan.</p>
10.	<p>Dewa Ayu Anggi Pramiswari dan Ida Bagus Dharmadiaksa (2017)</p> <p>Judul: Pengaruh <i>E-Commerce</i> dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan</p>	<p>Variable Independen: <i>E-Commerce</i>, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi,</p> <p>Variable Dependen: Pengambilan Keputusan Berwirausaha</p>	<p>E-commerce berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha, penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha.</p>

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalanya sebuah penelitian. Kerangka pemikiran akan lebih memudahkan pemahaman dalam mencermati arah atau jalur pembahasan dalam penelitian ini yang disertai dengan paradigma penelitian untuk memberikan gambaran secara lebih rinci dan jelas mengenai keterkaitan antar variabel.

2.3.1 Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha

E-commerce, memungkinkan pengusaha untuk mempromosikan barang atau jasa mereka secara online, yang dapat mempercepat dan mempermudah perkembangan bisnis tanpa memerlukan biaya promosi yang besar. Melalui *e-commerce*, pengusaha dapat menjangkau lebih banyak konsumen, menjadikan proses jual beli lebih efisien dan efektif (Nuriah & Mayangsari, 2022). Bagi mahasiswa akuntansi yang ingin memulai usaha, *e-commerce* menawarkan kesempatan untuk berwirausaha dengan cara yang praktis, tanpa perlu bertemu langsung antara penjual dan pembeli. Selain itu, *e-commerce* memungkinkan pengusaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa perlu memiliki toko fisik, sehingga modal yang dibutuhkan menjadi lebih terjangkau. *E-commerce* juga memberikan kemudahan akses, transaksi yang aman dan cepat, serta pelayanan yang efisien. Hal ini mendorong mahasiswa untuk lebih tertarik dalam berwirausaha (Taufiq & Indrayeni, 2022). *E-commerce* tidak terikat oleh waktu dan tempat, serta dapat mengurangi biaya iklan yang signifikan. Dengan segala kemudahan dan efisiensi ini, *e-commerce* menjadi pilihan yang sangat menarik bagi calon wirausahawan muda.

E-commerce, atau perdagangan elektronik, menawarkan berbagai keuntungan penting, salah satunya adalah fleksibilitas tanpa batasan tempat dan waktu. Dengan memanfaatkan platform *e-commerce*, pengusaha dapat menjangkau pelanggan di berbagai lokasi tanpa terikat pada jam operasional tertentu, yang memungkinkan mereka untuk menjalankan bisnis dengan lebih efektif. Selain itu, *e-commerce* juga memungkinkan pengusaha untuk memperluas jangkauan pasar mereka, mengurangi biaya operasional yang biasanya tinggi dalam metode pemasaran konvensional, dan mempromosikan produk dengan biaya yang lebih rendah. Iklan online memberikan kemudahan dalam menjangkau calon pembeli dalam jumlah besar, yang pada akhirnya meningkatkan minat untuk berwirausaha, terutama di kalangan generasi muda. Penelitian dari (Indahsari & Yuliati ,2022) menunjukkan bahwa iklan online memberikan kemudahan dalam menjangkau pembeli potensial dalam jumlah besar, yang berdampak pada peningkatan minat berwirausaha. Temuan serupa juga diungkapkan oleh (Pramiswari & Dharmadiaksa,2017) dan (Lovita & Susanty ,2021) yang menyatakan bahwa platform *e-commerce* memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk terlibat dalam dunia wirausaha. Melalui platform ini, mahasiswa tidak hanya dapat menjual produk mereka, tetapi juga belajar tentang manajemen bisnis secara langsung, menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi dan kreativitas, serta mendorong lebih banyak orang untuk memilih wirausaha sebagai karier. Dukungan teknologi yang terus berkembang juga membuat proses bisnis melalui *e-commerce* menjadi semakin mudah diakses. Penggunaan media sosial, marketplace, dan website toko online semakin memudahkan mahasiswa dalam memasarkan produk. Dengan segala kemudahan tersebut, *e-commerce* menjadi sarana strategis dalam membentuk wirausahawan muda yang mandiri dan berdaya saing.

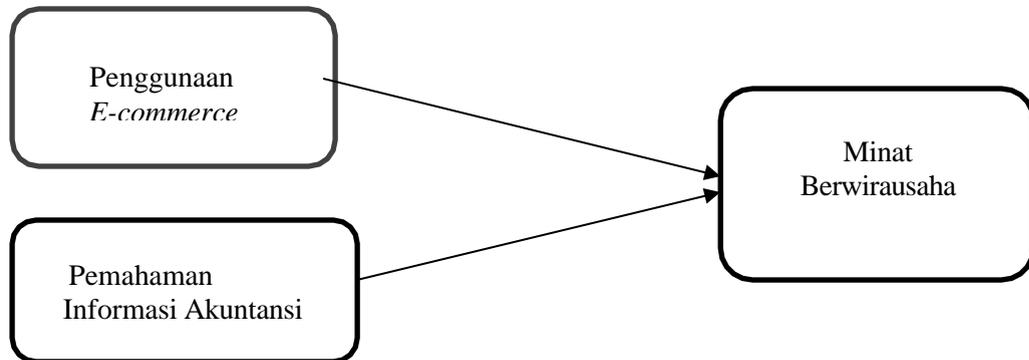
2.3.2 Pengaruh pemahaman Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha.

Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) tidak hanya terbatas pada pengelolaan data keuangan, tetapi juga mencakup pengelolaan data non-keuangan. Menurut Yuswita (2022), proses implementasi SIA mencakup tahapan seperti pengolahan transaksi, pemanfaatan teknologi informasi, serta pengembangan sistem secara berkelanjutan. Mahasiswa yang merasa terbantu dalam mengelola keuangan bisnis melalui sistem ini umumnya lebih terbuka dan siap dalam mengadopsi teknologi tersebut. Dengan desain SIA yang menekankan kemudahan penggunaan, mahasiswa dapat menjalankan bisnis mereka secara lebih efisien. Hal ini tentu menjadi faktor pendorong bagi mahasiswa yang memiliki minat dalam berwirausaha, karena adanya kemudahan serta dukungan teknologi dari sistem informasi akuntansi. Penelitian oleh (Manik & Usman ,2024) juga mengungkapkan bahwa semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap SIA, semakin besar pula peluang mereka untuk terjun ke dunia wirausaha. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Lovita & Susanty ,2021) yang menyatakan bahwa pemahaman terhadap SIA memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa E-commerce dan Penggunaan sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan Keputusan berwirausaha. Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut maka dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka pemikiran yang dikembangkan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



2.5 Hipotesis

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka penulis menyimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Penggunaan *E-commerce* berpengaruh terhadap Minat berwirausaha.

H₂ : Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap Minat berwirausaha

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena dalam penelitian ini dilakukan pengujian hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya. Penelitian ini merupakan penelitian kausal, dimana peneliti menguji pengaruh satu atau beberapa variabel independen terhadap variabel dependen dengan uji hipotesis. Variabel independen diwakili oleh Penggunaan *E-Commerce* dan pemahaman sistem informasi akuntansi, variabel dependen diwakili dengan Minat berwirausaha. Strategi pengumpulan data menggunakan metode survei. Data yang digunakan merupakan data primer berupa kuesioner sebagai instrumen penelitian dengan responden pada Mahasiswa/i Program studi Akuntansi FEB Unpas. Pendekatan statistik secara deskriptif dan verifikatif digunakan untuk menganalisis data yang didapat dengan pendekatan SEM-PLS dalam menguji hipotesis yang ditetapkan.

3.2 Variabel dan Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu pengaruh Penggunaan *e-commerce* dan pemahaman sistem informasi akuntansi terhadap Minat berwirausaha. Masing-masing variabel didefinisikan dan dibuat operasionalisasi variabelnya.

3.2.1 Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian, terdapat beberapa variabel yang harus ditentukan dengan jelas sebelum pengumpulan data dimulai. Berdasarkan pernyataan (Sugiyono, 2021) variabel penelitian pada intinya adalah segala sesuatu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut dan kemudian diambil kesimpulan.

Penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Berikut akan dijelaskan mengenai definisi masing-masing variabel tersebut :

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel terikat (Sugiyono, 2021). Terdapat dua variabel bebas (X) dalam penelitian ini, yaitu :

a. Penggunaan *E-Commerce* (X₁)

Menurut (Harmayani et,al ,2020) *e-commerce* merupakan:

merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan sebuah bisnis, yang mana kegiatan dalam perdagangan elektronik ini akan berdampak pada sistem informasi akuntansi dalam suatu usaha atau bisnis. E-Commerce adalah Penyebaran, penjualan, pemasaran, pembelian barang atau jasa dengan sarana elektronik seperti jaringan komputer, televisi, www, dan jaringan internet lainnya.

b. Pemahaman sistem informasi akuntansi (X₂)

Menurut (Manik & usman,2024) Pemahaman sistem informasi akuntansi merupakan:

Infrastruktur terpadu yang menggabungkan teknologi informasi dan akuntansi untuk mengelola, mengolah, dan melaporkan informasi keuangan suatu entitas. SIA membantu dalam mencatat transaksi keuangan, menghasilkan laporan keuangan, dan menyediakan data yang diperlukan untuk pengambilan keputusan.

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas (Sugiyono, 2021). Variabel terikat (Y) penelitian ini yaitu Minat berwirausaha.

Menurut (Dinar,2020) Minat berwirausaha merupakan:

“Minat berwirausaha dianggap sebagai suatu ketertarikan, adanya muncul keinginan, adanya kesediaan yang bertujuan untuk melakukan sebuah kerja keras agar dapat memenuhi kebutuhan hidup tanpa mempunyai rasa takut terhadap risiko yang ada di depan untuk dihadapinya, dan juga dalam hal ini penuh senantiasa akan melakukan kegiatan belajar dari adanya kegagalan yang diperolehnya”

Operasional variabel digunakan untuk menguraikan variabel yang diteliti, termasuk konsep, indikator, dan skala pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian. Indikator-indikator tersebut dijadikan sebagai pertanyaan atau pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner, Indikator-indikator ini kemudian dirumuskan dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan yang akan digunakan dalam kuesioner. Selain itu, skala pengukuran juga ditentukan untuk setiap indikator, yang dapat berupa skala nominal, ordinal, interval, atau rasio. Dengan demikian, operasional variabel berfungsi untuk memastikan bahwa konsep yang abstrak dapat diukur secara objektif dan menghasilkan data yang valid dan reliabel dalam penelitian. Untuk lebih jelasnya, operasional variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

3.2.2. Operasional Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk mencantumkan jenis dan indikator variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, operasionalisasi variabel ini dapat dijadikan sebagai penentu skala pengukuran dari masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan tepat. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1 Operasional variabel

Variabel	Indikator	Item Kuesioner	Skala	Item
Penggunaan <i>E-Commerce</i> (X_1) “Penyebaran, penjualan, pemasaran, pembelian barang atau jasa dengan sarana elektronik seperti jaringan computer, televise, www, dan jaringan internet lainnya. <i>E-commerce</i> juga melibatkan transfer dana elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, pertukaran data elektronik dan sistem pengumpulan data. (Harmayani et al., 2020)	1. Efisiensi Biaya pengeluaran	a. Saya merasa bahwa biayapengiriman yang dikenakan di platfrom e-cpmmerce seabanding dengan layanan yang saya terima. b. Saya sering membandingkan harga produk dibeberapa platfrom e-commerce sebelum memetuskan untuk membelinya. c. Saya memperhatikan biaya tambahan seperti pajak/layanan sebelum menyelesaikan pembelian diplatfrim e-commerce	Ordinal	1-3
	2. Reputasi	a. Saya percaya bahwa platfrom e-commerce yang saya gunakan memiliki reputasi yang baik dikalangan pengguna. <i>commerce</i> . b. Saya sering melihat ulasan dan rating produk sebelum melakukan pembelian untuk memastikan reputasii penjual,	Ordinal	4-5

Variabel	Indikator	Item Kuesioner	Skala	Item
	3. Pemasaran	<p>a. Saya tertarik dengan produk yang saya promosikan melalui media sosial dan mengklik tautan ke platfrom e-commerce</p> <p>b. Saya saya sering memanfaatkan penawaran khusus yang diberikan oleh platfrom e-commerce ,seperti Flash sale.</p> <p>c. Saya lebih cenderung membeli produk yang ditampilkan dalam kategori best seller di platfrom e-commerce</p>	Ordinal	6-8
	4. Kemudahan dalam berbisnis	<p>a. Saya merasa bahwa proses pendaftaran untuk akun di platfrom bisnis online sangat mudah.</p> <p>b. Sayamerasa bahwa metode pembayaran yang tersedia diplatfrom sangat memudahkan saya..</p> <p>c. Saya merasa bahwa berbelanja online memberikan kemudahan dalam mengatur waktu dan lokasi belanja saya</p>	Ordinal	9-11

Variabel	Indikator	Item Kuesioner	Skala	Item
Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X_2) “Sistem Informasi Akuntansi (SIA) adalah infrastruktur terpadu yang menggabungkan teknologi informasi dan akuntansi untuk mengelola, mengolah, dan melaporkan informasi keuangan suatu entitas. SIA membantu dalam mencatat transaksi keuangan, menghasilkan laporan keuangan, dan menyediakan data yang diperlukan untuk pengambilan keputusan. Sistem ini mencakup	1. Pemahaman Deklaratif (pemahaman informasi berdasarkan fakta).	a. Saya memahami konsep dasar sistem informasi akuntansi yang digunakan dalam bisnis. b. Saya memahami bagaimana sistem informasi akuntansi dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengambilan keputusan.	Ordinal	12-13
	2. Pemahaman Prosedural Input (masukan)	a. Saya memahami langkah langkah untuk menginput data dalam akuntansi. b. Saya memahami Pentingnya mencatat transaksi untuk keberlangsungan bisnis.	Ordinal	14-15

Variabel	Indikator	Item Kuesioner	Skala	Item
<p>proses dari pengumpulan data keuangan hingga pemrosesan informasi tersebut menjadi laporan yang berguna bagi manajemen.”</p> <p>(Helmiyati, 2020)</p>		data dalam akuntansi.		
	3. Pemahaman Prosedural Proses	<p>a. Saya memahami bagaimana sistem informasi akuntansi dapat meningkatkan efisiensi dalam pengambilan keputusan strategis.</p> <p>b. Saya memahami pentingnya sistem informasi akuntansi dalam mengelola informasi untuk mendukung keputusan investasi dan pengembangan bisnis</p>	Ordinal	15-17
	4. Pemahaman Prosedural Output (keluaran)	<p>a. Saya memahami bagaimana sistem informasi akuntansi menghasilkan laporan keuangan seperti neraca dan laporan laba rugi.</p> <p>b. Saya memahami pentingnya transparansi dan keakuratan informasi keuangan yang dihasilkan oleh sistem.</p>	Ordinal	18-19

Variabel	Indikator	Item Kuesioner	Skala	Item
Minat berwirausaha (X ₃) ““Minat Berwirausaha dianggap sebagai Suatu ketertarikan, adanya muncul keinginan,adanya kesediaan yang bertujuan untuk melakukan sebuah kerja keras agar dapat memenuhi kebutuhan hidup tanpa mempunyai rasa takut terhadap risiko yang ada di depan untuk dihadapinya, dan juga dalam hal ini penuh senantiasa akan melakukan kegiatan belajar dari adanya kegagalan yang diperolehnya.” (Dinar, 2020: 4)	1. Perasaan tertarik	a. Sayaberminat untuk memulai wirausaha karena melihat orang sukses dalam berwirausaha. b. Saya berminat dengan trend bisnis menggunakan internet karena hasilnya menguntungkan.	Ordinal	20-21
	2. Perasaan senang	a. Saya berminat membaca artikel terkait perdagangan elektronik diinternet untuk menambah wawasan. b. Saya berminat mendapatkan sertifikasi atau pelatihan khussu terkait bidang usaha yang diminati.	Ordinal	22-23
	3. Perasaan Perhatian	a. Saya berminat untuk melakukan riset pasar sebelum memulai usaha	Ordinal	24

Variabel	Indikator	Item Kuesioner	Skala	Item
	4.Perasaan keterlibatan	a.saya berminat mengenali pesaing dipasar sebelum memulai usaha. b. saya berminat membangun usaha dengan kekuatan teknologi informasi untuk masa depan.	Ordinal	25-26

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian, penting untuk menentukan objek atau subjek yang akan diteliti agar masalah yang dihadapi dapat dianalisis dan diselesaikan dengan baik. Salah satu langkah awal dalam proses penelitian adalah penentuan populasi, yaitu keseluruhan kelompok atau individu yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan topik penelitian .

Menurut Sugiyono (2018), populasi dalam penelitian adalah keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Populasi ini mencakup semua elemen yang akan menjadi sasaran untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam konteks penelitian, populasi sangat penting karena dari situlah peneliti akan menarik sampel, yang digunakan untuk melakukan pengolahan data.

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2021) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini pada Mahasiswa/i program studi Akuntansi FEB Unpas Angkatan 2021 .

3.3.2 Sampel

Menurut Menurut (Sugiyono, 2020) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Sampel dari penelitian ini mengacu pada buku “*A Primer on partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) third edition*” yaitu: “***The minimum sample size should be 10 times the maximum number of arrowheads pointing at a latent variable anywhere in the PLS path model***” (Joseph F. Hair, 2021 hal.25) Dengan mengacu pada pernyataan tersebut, peneliti menggunakan sampel, 10 kali dari jumlah maksimum anak panah yang mengarah ke variabel laten sebanyak $10 \times 2 = 20$. Maka dari itu minimum sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 20 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2021) jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknik Lapangan (Field Research)

Merupakan data yang diperoleh secara langsung pada objek penelitian untuk memperoleh data primer melalui beberapa cara, yaitu :

a. Observasi

Menurut (Sugiyono, 2021) observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti. Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada Mahasiswa/i program studi Akuntansi FEB Unpas.

b. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2021) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan fenomena atau permasalahan yang harus diteliti. Peneliti melakukan tanya jawab pada Mahasiswa/i program studi Akuntansi FEB Unpas.

c. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2021) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Peneliti membagikan daftar pertanyaan yang akan diisi oleh responden.

2. Penelitian Kepustakaan

Studi literatur adalah upaya untuk memanfaatkan informasi yang berkaitan dengan teori-teori dan masalah serta variabel yang sedang

diteliti. Studi kepustakaan melibatkan pengumpulan data sekunder yang bisa diperoleh dari jurnal, internet, dan buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian.

3.5 Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada teknik analisis data varian SEM (Structure Equation Modeling) dengan pertimbangan yang diambil dari Hair et al. (Yamin, 2009) yang menyatakan bahwa penggunaan model ini merupakan kombinasi dari path analyst dan faktor analisis. Varian SEM yang banyak digunakan adalah PLS (Partial Least Square) (Hair et al., 2019). Metode ini sesuai untuk model prediksi yang hanya mengukur pengaruh kausalitas pada tingkat variabel laten (Jogiyanto & Abdillah, 2009). Dalam penelitian ini, terdiri dari konstruk yang dibentuk oleh indikator reflektif. Selain itu, penelitian ini bersifat multidimensi dimana konstruk dibentuk dari konstruk lain, sehingga menggunakan orde dua. (Hair et al., 2014) menyatakan : Ukuran sampel minimum sepuluh kali dari jumlah jalur path yang diarahkan pada konstruk.

Dengan mengacu pada pernyataan tersebut, peneliti menggunakan pernyataan b yaitu sepuluh kali dari jumlah jalur path yang diarahkan pada konstruk sebanyak $2 \text{ jalur} \times 10 = 20$. Maka dari itu sampel yang digunakan dalam penelitian

ini sebanyak 20 responden.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana Minat berwirausaha terhadap variabel *e-commerce* (X1), pemahaman sistem informasi akuntansi (X2), dan Minat berwirausaha berwirausaha(Y). Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert.

Menurut (Sugiyono, 2021) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana alternatifnya berupa pertanyaan. penting untuk menentukan objek atau subjek yang akan diteliti agar masalah yang dihadapi dapat dianalisis dan diselesaikan dengan baik. Salah satu langkah awal dalam proses penelitian adalah penentuan populasi, yaitu keseluruhan kelompok atau individu yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan topik penelitian. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif serta mempunyai skor masing-masing yaitu antara 1-2-3-4-5, adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban sebagai berikut:

Selanjutnya dicari rata-rata setiap jawaban responden, untuk memudahkan penilaian dari rata-rata, rata-rata ini akan membantu peneliti untuk melihat tren atau pola umum dari keseluruhan data yang diperoleh. Namun, untuk memudahkan penilaian dan interpretasi terhadap hasil pengukuran, maka digunakan interval atau rentang nilai yang dapat membagi data menjadi kelas-kelas tertentu. rata rata tersebut maka digunakan interval untuk menentukan panjang kelas interval dengan menggunakan rumus sebagaimana berikut ini:

1. Menentukan skor tertinggi dan terendah kuesioner dengan nilai tertinggi 5 dan nilai terendah 1.

- a. Presentasi nilai tertinggi adalah 5 dibagi dengan skor ideal (5).

$$\text{Nilai tertinggi} = 5/5 \times 100\% = 100\%$$

- b. Nilai terendah adalah 1 dari yang di harapkan skor ideal (5), maka : Nilai terendah =

$$1/5 \times 100\% = 20\%$$

2. Menentukan Range

$$\text{a. Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}$$

$$= 100\% - 20\% = 80\%$$

3. Menentukan Interval Kriteria Nilai Range

$$\underline{\text{Nilai Range}} = 80\% = 16\%$$

$$\underline{\text{Nilai Interval 5}}$$

Maka diperoleh kriteria variabel Penggunaan *E-Commerce* (X_1) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Kriteria penggunaan *E-commerce* (X_1)

Angka	Nilai Interval	Kategori Pengukuran
1	84% - 100%	Selalu
2	68% - 83,9%	Sering
3	52% - 67,9%	Kadang kadang
4	36% - 51,9%	Jarang
5	20% - 35,9%	Tidak pernah

Maka diperoleh kriteria variabel Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X_2) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3 Kriteria Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X_1)

Angka	Nilai Interval	Kategori Pengukuran
1	84% - 100%	Sangat Memahami
2	68% - 83,9%	Memahami
3	52% - 67,9%	Cukup Memahami
4	36% - 51,9%	Tidak Memahami
5	20% - 35,9%	Sangat Tidak Memahami

Maka diperoleh kriteria variabel Minat Berwirausaha (X_3) adalah sebagai berikut :

Tabel.3.4 Kriteria Minat berwirausaha (X_3)

Angka	Nilai Interval	Kategori Pengukuran
1	84% - 100%	Sangat
2	68% - 83,9%	Minat
3	52% - 67,9%	Cukup Minat
4	36% - 51,9%	Tidak Minat
5	20% - 35,9%	Sangat Tidak Minat

3.5.2 Analisis Verifikatif

Menurut (Sugiyono, 2021) metode verifikatif merupakan jenis penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, analisis verifikatif digunakan untuk menganalisis :

1. Apakah *E-Commerce* berpengaruh pengambilan keputusan berwirausaha.
2. Apakah Penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap Pengambilan keputusan berirusaha.

3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.3.1 Uji Validitas

Data yang akan diuji pada satu set analisis diagnostik terakhir yang menilai tingkat generalisasi dengan menggunakan metode validasi yang tersedia (Hair et al., 2020). Model yang digunakan akan diarahkan untuk menunjukkan generalisasi hasil terhadap total populasi melalui uji validasi.

Analisis diagnostik hasil validasi ini menambah sedikit interpretasi hasil tetapi dapat dilihat sebagai “jaminan” bahwa data dapat digeneralisasikan untuk populasi (Jr. et al., 2018). Pada penelitian ini, uji validitas dihitung dengan teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan menggunakan *PLS – SEM*. *Pearson Product Moment* adalah untuk menguji atau menganalisis korelasi atau hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) yang mana data dari keduanya berbentuk interval atau rasio.

Korelasi ini dikemukakan oleh Karl Pearson tahun 1896 dan fungsi dari korelasi ini adalah untuk mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependent).

3.5.3.2 Uji Reliabilitas

Pengujian ini untuk mengukur indikator dari suatu variabel atau konstruk yang tertuang dalam kuesioner. Pada penelitian ini, pengujian reliabilitas dengan menggunakan metode *internal consistency*, yaitu dilakukan dengan cara *One Shot* kemudian hasilnya dibandingkan dengan instrument lain atau mengukur korelasi antar jawaban dari instrument. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0.6 - 0.7$ dalam ukuran berkisar 0 sampai 1 (Jr. et al., 2018). Sehingga pernyataan yang terdapat dalam angket kuisisioner dapat dinyatakan handal / reliabel dan dapat dilanjutkan ke analisis selanjutnya.

Analisis Data

Teknik analisis dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) yang terdiri dari dua sub model yaitu model structural (*Structural model*) atau sering disebut juga *inner model*,

dan model pengukuran (measurement model) atau sering disebut juga *outer model*, Menggambarkan konstruk diagram jalur, mengkonversi gambar ke dalam persamaan, dan Uji hipotesis teori.

a. Rancangan Model Pengukuran

Sesuai dengan uraian pada bab-bab sebelumnya, penelitian ini menguji bagaimana pengaruh *e-commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Pada tahap ini akan diuraikan model pengukuran untuk masing-masing variabel dan keterkaitan antar variabel pada model structural.

b. Rancangan Model Struktural

Rancangan model struktural menggambarkan kausalitas antar variabel laten.

1. Inner Model

Hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substantive theory* digambarkan dengan *innermodel*. Model struktural (*inner model*) pada penelitian ini untuk menguji hipotesis adalah:

- a. *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.
- b. Penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan Berwirausaha.

2. Outer Model

Outer Model dispesifikasikan dengan mempertimbangkan apakah orientasi hubungannya reflektif atau normatif dengan berdasarkan operasionalisasi variabel.

a. *Composite Reliability*,

Ukuran yang dapat menggambarkan suatu estimasi reliabilitas berdasarkan interkorelasi antar indikator yang diobservasi nilai *composite reliability* yang lebih besar dari 0,7 merupakan batasan indikator yang memiliki konsistensi internal yang baik (Hair et al., 2020).

b. *Indikator Reliability* (R^2)

Jika R^2 suatu indikator yang tidak kurang dari 0,5, maka indikator tersebut dianggap reliabel (Hair et al., 2020).

c. *Convergent Validity* ($AVE = Average Variance Extracted$)

Jika nilai AVE lebih besar dari 0,5 maka dikatakan bahwa indikator suatu dimensi mempunyai validitas konvergen yang baik (Hair et al., 2020).

d. *Discriminant Validity*, Validitas diskriminan diuji dengan menggunakan nilai *cross loading* (Hair et al., 2020).

3.5.4 Menggambarkan Konstruksi Diagram Jalur

Dalam mengkonstruksi diagram jalur, model struktural dan model pengukuran digabung dalam satu diagram yang sering disebut dengan diagram jalur full model. Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu :

1. *Weight Estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variable laten.
2. Mencerminkan estimasi jalur yang menghubungkan variable laten dan antar variable laten dan indikatornya
3. Means dan lokasi parameter untuk indikator dan variable laten.

Untuk memperoleh ketiga estimasi ini, PLS menggunakan proses iterasi tiga tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. “Tahap pertama menghasilkan weight estimate, tahap kedua menghasilkan estimasi untuk inner model dan outer model, dan tahap ketiga menghasilkan estimasi means dan lokasi ((Ghozali, 2006:19)).

3.5.5 Uji Hipotesis SEM-PLS

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi (sig) dengan tingkat kesalahan (α) = 5% atau 0,05. Apabila nilai sig lebih kecil daripada α ($\text{sig} < \alpha$), maka hipotesis diterima. menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan pada variabel dependen. Apabila nilai sig lebih besar daripada α ($\text{sig} > \alpha$), maka hipotesis ditolak (Hair et al., 2019). Menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2017:162).

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan alat yang digunakan dalam proses pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan maupun pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tujuan dilakukannya penyusunan kuesioner ini agar peneliti bisa mengetahui variabel-variabel apa saja yang penting menurut responden. Rancangan kuesioner yang dibuat oleh peneliti ini merupakan kuesioner tertutup yaitu jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh peneliti. Kemudian kuesioner dibagikan kepada mahasiswa/i program studi akuntansi FEB Unpas. Kuesioner ini memuat pertanyaan berdasarkan indikator sebagaimana yang telah tercantum dalam operasional variabel